

## Оглавление

Введение .....	3
Глава 1. Формирование туристского продукта для рынка выездного туризма	6
1.1. Рынок выездного туризма и его государственное регулирование .....	6
1.2. Технологические схемы формирования туристского продукта .....	13
1.3. Специфика аутгоинга .....	21
1.4. Основные туристические центры Черногории .....	28
Глава 2. Особенности рынка выездного туризма в Черногорию .....	36
2.1. Анализ рынка выездного туризма из РФ в Черногорию .....	36
2.2. Национальные особенности приема туристов .....	45
2.3. Изучение потребительского рынка .....	50
Глава 3. Формирование и продвижение тура в Черногорию .....	56
3.1. Разработка и планирование тура .....	56
3.2. Выбор поставщиков услуг .....	66
3.3. Обоснование привлекательности и конкурентоспособности разработанного тура .....	73
Заключение .....	78
Приложение 1 .....	84
Приложение 2 .....	85
Приложение 3 .....	86
Приложение 4 .....	88
Приложение 5 .....	89
Приложение 6 .....	90

## Введение

Актуальность выбранной темы определяется тем, что современное состояние выездного туризма России характеризуется быстрыми темпами развития, которое вызвано в первую очередь возрастающей платежеспособностью россиян. Рост туристской активности вызвал большую конкуренцию на туристском рынке выездного туризма и для того, чтобы успешно конкурировать, туристские организации сегодня должны выводить на рынок новые турпродукты с учетом изменяющихся потребностей клиентов, повышать качества предоставляемых услуг, привлекать новых клиентов и формировать их лояльность.

Целью выпускной квалификационной работы является создание оригинальной программы тура в Черногорию, обоснование его конкурентоспособности на основе анализа влияния внешних и внутренних факторов туроперейтинга.

Данная цель обусловила постановку и решение в работе следующих задач:

- изучить технологии формирования туристского продукта;
- определить место Черногории в выездном туристском потоке из РФ;
- дать понятие специфике работы с исследуемым направлением;
- сформировать тур по Черногории и определить пути его продвижения;
- обосновать привлекательность и наметить пути повышения конкурентоспособности предлагаемого тура в Черногорию.

Объектом исследования являются туристские ресурсы Черногории. Предметом исследования выступают процессы и процедуры формирования и продвижения туристских продуктов (услуг).

Теоретическая база исследования представлена научными трудами и публикациями отечественных ученых и специалистов по проблемам организации выездного туризма, аналитические обзоры о рынке